

**COMMISSIONE PARLAMENTARE DI INCHIESTA
SULLA TUTELA DEI CONSUMATORI E DEGLI UTENTI**

RESOCONTO STENOGRAFICO

AUDIZIONE

29.

SEDUTA DI MARTEDÌ 12 LUGLIO 2022

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE SIMONE BALDELLI

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Dona Massimiliano, <i>presidente della Unione nazionale consumatori – UNC</i>	10
Baldelli Simone, <i>presidente</i>	3	Longo Antonio, <i>presidente del Movimento difesa del cittadino – MDC</i>	3
Audizione di rappresentanti di: Movimento difesa del cittadino – MDC; Movimento consumatori – MC; Unione per la difesa dei consumatori – U.Di.Con; Unione nazionale consumatori – UNC; Utenti Radio TV:		Mostaccio Alessandro, <i>segretario generale del Movimento consumatori – MC</i>	6
Baldelli Simone, <i>presidente</i> ...	3, 6, 8, 10, 13, 16	Nesci Denis, <i>presidente della Unione per la difesa dei consumatori – U.Di.Con</i>	8
		Stabile Alessia, <i>presidente di Utenti radio TV</i>	14

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
SIMONE BALDELLI

La seduta comincia alle 10.30.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso impianti audiovisivi a circuito chiuso, nonché via *streaming* sulla *web-tv* della Camera.

(Così rimane stabilito).

Audizione di rappresentanti di: Movimento difesa del cittadino – MDC; Movimento consumatori – MC; Unione per la difesa dei consumatori – U.Di.Con.; Unione nazionale consumatori – UNC; Utenti Radio TV.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione dei rappresentanti delle seguenti associazioni: Movimento difesa del cittadino-MDC, nella persona di Antonio Longo, Movimento consumatori-MC, nella persona di Alessandro Mostaccio, della Unione per la difesa dei consumatori- U.Di.Con., nella persona di Denis Nesci, della Unione nazionale consumatori-UNC, nella persona di Massimiliano Dona, e di Utenti Radio TV, nella persona di Alessia Stabile.

Ricordo che la seduta odierna si svolge nelle forme dell'audizione libera ed è aperta alla partecipazione da remoto dei componenti della Commissione, che saluto insieme all'onorevole Battilocchio, qui presente.

Saluto e ringrazio le associazioni dei consumatori per aver accettato il nostro invito.

Questa è l'ultima fase del ciclo di audizioni delle associazioni dei consumatori che fanno parte del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti, e che rientra in un ciclo ancora più ampio di audizioni che abbiamo iniziato a svolgere dall'inizio dei lavori della Commissione.

Daremo la parola a ciascuno di voi per una decina di minuti per spiegare le attività, la struttura e il posizionamento dell'associazione, dopodiché, se i tempi lo consentiranno, ci sarà la possibilità per i commissari di porre domande e richieste di chiarimento con un veloce giro di risposte.

Do la parola ad Antonio Longo, Movimento difesa del cittadino.

ANTONIO LONGO, *presidente del Movimento difesa del cittadino – MDC*. Grazie presidente, grazie alla Commissione e grazie al Parlamento, che ha acceso un focus di attenzione sulla tutela del consumatore. È la prima volta che questo accade dal 1998, quindi questi ringraziamenti sono dovuti. Ho portato alcune copie della mia relazione, che ho già trasmesso ieri, e anche la nostra brochure dei trent'anni che deposito per l'archivio della Commissione, come ci è stato chiesto. Spenderò un minuto della mia presentazione per raccontare come nasce il Movimento difesa del cittadino, che ha una nascita un po' singolare, dato che avviene nella redazione del settimanale L'Espresso che, alla fine degli anni Ottanta, esattamente tra l'86 e l'87, lancia una campagna titolata, in maniera un po' bellicosa, «*Aux arms les citoyens*». Allora direttore di MicroMega, Giorgio Ruffolo, felicemente ancora vivente, ultranovantenne ma ancora molto attivo, lanciò l'idea di costruire un movimento che tute-

lasse i cittadini soprattutto nei confronti della pubblica amministrazione. Questo grido viene recepito dalla redazione dell'Espresso e proprio presso la sua sede nacque per iniziativa dello stesso Ruffolo, dell'editore Carlo Caracciolo e del direttore Giovanni Valentini. Aderirono poi anche personaggi importanti come Pierre Carniti, già segretario della Cisl e poi deputato europeo, l'avvocato Adolfo Gatti, il ministro e parlamentare Antonio Giolitti ed Enzo Mattina, segretario confederale della UIL, poi parlamentare europeo e nazionale, i quali tutti fondarono il Movimento difesa del cittadino. Sono passati ormai 35 anni da allora, proprio quest'anno stiamo festeggiando il trentacinquesimo anno. Una qualifica che ci contraddistingue e ci caratterizza fin da allora è una attenzione molto forte alla trasparenza, facilità e di servizi *user friendly* della pubblica amministrazione nei confronti dei cittadini. La nostra prima grande battaglia fu proprio quella sull'autocertificazione, lanciata nel 1996 dall'allora Ministro Bassanini, e noi affiancammo il ministro in questa battaglia per la semplificazione amministrativa.

Il Movimento difesa del cittadino, che d'ora in avanti chiamerò con la sigla MDC, è stato in questi anni impegnato non solo in Italia ma anche in Europa – chi vi parla ha rappresentato i consumatori italiani per dieci anni nel Comitato economico e sociale europeo, su proposta unanime del Consiglio nazionale consumatori e utenti. Facciamo parte del Terzo settore, partecipiamo al Servizio civile, abbiamo stage formativi, accordi di partenariato con varie università – con la Sapienza e Roma Tre, il Politecnico di Bari, l'Università degli studi del Sannio e il Politecnico di Torino.

La nostra *mission* è focalizzata sul riconoscimento dei diritti e delle tutele in ogni ambito di interesse per la collettività. Garantiamo consulenza, informazione e assistenza diretta ai cittadini e ai consumatori, offrendo il sostegno di esperti e una tutela legale per le controversie con la pubblica amministrazione, i gestori dei servizi pubblici e privati, ma, in aggiunta a questo, si approfondiscono e si curano temi più ampi, potremmo dire orizzontali, come

tutela dei minori, alimentazione e salute, e nuove tecnologie. Una cosa che abbiamo il piacere di sottolineare, visto che siamo nel cuore della politica, è che l'associazione è assolutamente apartitica e apolitica. Chi ha intenzione, nella sua libertà di cittadino, di candidarsi a qualsiasi carica, da consigliere comunale a parlamentare, deve autosospendersi e, in caso di elezione, non può rivestire alcuna carica dell'associazione.

Circa la nostra struttura, abbiamo oltre 100 sportelli in quindici regioni d'Italia – non siamo presenti nelle più piccole, Val d'Aosta, Trentino-Alto Adige e in Molise e, per motivi organizzativi, in Emilia-Romagna e in Liguria. Abbiamo una forza a livello nazionale composta da cinque dipendenti e dieci collaboratori, consulenti sulle varie materie, ma abbiamo rafforzato negli ultimi anni soprattutto i servizi digitali, in particolar modo durante il *lock-down*, con numeri verdi, app e strumenti digitali di segnalazione delle problematiche. Uno dei punti critici della nostra associazione, ma immagino che anche i colleghi lo evidenzieranno, è che il personale nelle sedi territoriali è quasi totalmente volontario e viene retribuito solo quando ci siano progetti nazionali o regionali che li vedano impegnati. Le entrate del tesseramento sono simboliche, 2 euro l'anno, ma per fortuna godiamo ancora oggi dell'illuminazione che ebbe allora il ministro Letta nel 2000, quando propose di destinare a progetti per i consumatori i proventi delle sanzioni Antitrust. Credo, ne faccio solo cenno, che questo problema del sostegno finanziario alle associazioni vada approfondito anche da parte della Commissione, perché una parte consistente di quei fondi sono dispersi in tutti altri rivoli, finanziando Camere di commercio, Università e altri enti che poco o nulla hanno a che fare con la tutela effettiva dei consumatori. Questo per una scelta del Parlamento e del MISE, sulla quale abbiamo qualche riserva.

Uno dei punti di forza del Movimento è l'informazione ai cittadini-consumatori. Nel 2003 MDC ha creato la prima e finora unica agenzia d'informazione digitale diretta esclusivamente ai consumatori. Si chiama *Help Consumatori*. Pubblichiamo

testate settimanali e mensili, e abbiamo un canale YouTube che si chiama « *Cittadini in tv* » dove ospitiamo tutti i video che realizziamo su tematiche orizzontali o su progetti.

Dal 2016 siamo iscritti nel Registro trasparenza dell'Unione europea e partecipiamo alle audizioni che la Commissione lancia periodicamente, l'ultima è stata nelle scorse settimane per il Quadro legislativo comunitario per la lotta al tabagismo. Abbiamo anche risposto all'audizione e consultazione sull'accessibilità del web, al *Data Services Act*, alla cooperazione giudiziaria transfrontaliera e ad altre.

Procedo a illustrare quelle che chiamiamo le direttrici e tematiche dell'impegno di MDC. Anzitutto ambiente e sostenibilità. Siamo l'associazione consumatori partner ufficiale di Lega ambiente, con la quale abbiamo anche attività di tessera-mento comune, partecipiamo alla coalizione « *In marcia per il clima* » e siamo quindi molto impegnati su questi temi della sostenibilità. Ci piace ricordare che abbiamo ottenuto la prima sentenza in Italia sul *greenwashing* contro la più grande azienda energetica che spacciava il suo gasolio come « verde », una contraddizione in termini. Abbiamo ottenuto quindi una sentenza che ha impedito la prosecuzione di questa campagna. Siamo molto presenti anche sulla sicurezza e sulla qualità alimentare. Per oltre dieci anni abbiamo curato il rapporto « *Italia a tavola* », la prima silloge di tutti i dati di tutte le autorità pubbliche che seguono i temi della sicurezza e della qualità alimentare, NAS, Carabinieri forestali, Guardia di finanza, Agenzia delle Dogane, Capitanerie di porto, Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi, servizi di igiene e ASL. Abbiamo iniziato nel 2005 e smesso nel 2015 perché nel frattempo molti di questi enti hanno iniziato a elaborare tali dati e quindi è venuta meno la nostra funzione.

Un altro tema importante è quello della tutela dei minori, soprattutto collegata alle nuove tecnologie digitali, sulle quali ci siamo impegnati sulla *net neutrality*, cosa fondamentale, e sulla esposizione dei minori alla navigazione pericolosa per contenuti ille-

citi. Abbiamo fatto campagne per il modem libero, all'interno della *Free modem alliance*, e abbiamo partecipato alla campagna della Commissione europea, che ormai data diversi anni, chiamata « *Safer Internet* » che in Italia vede il ministero della Istruzione capofila e la partecipazione anche di grandi associazioni di tutela dei minori come Telefono Azzurro e Save the Children.

Ultimo punto e vado a concludere riguarda il sovra-indebitamento. Negli ultimi 3-4 anni, e in particolare nei due anni della pandemia, abbiamo messo in piedi tutta una serie di strutture di approfondimento e, partendo dalla legge n. 3 del 2012, quella sullo esdebitamento — che in verità è stata per parecchi anni poco conosciuta e ancor meno applicata — ci siamo impegnati a farla riconoscere e a far sapere ai debitori che hanno la possibilità di fare piani di ristrutturazione in modo da recuperare la piena agibilità finanziaria. Su questo tema stiamo realizzando progetti regionali, progetti nazionali e due progetti europei che sono stati approvati proprio nelle settimane scorse.

Chiudo segnalando due tematiche che invitiamo la Commissione ad approfondire. La prima, particolarmente delicata e complessa, riguarda il riconoscimento delle associazioni nazionali dei consumatori e quindi il CNCU. A tutt'oggi l'unico criterio che sembra valido per il MISE è quello numerico degli iscritti — non molto altro viene richiesto. Nulla, o molto poco, si verifica sull'effettivo impegno delle associazioni su temi consumeristi. Il secondo tema riguarda la risoluzione stragiudiziale del contenzioso. Per molti anni siamo state noi associazioni, insieme con le aziende, a farci carico delle piccole, ma spesso grandi per le famiglie, questioni delle bollette e dei contenziosi. Da 2 o 3 anni le Autorità di regolamentazione hanno affiancato, a quella che chiamavamo e si chiama ancora, conciliazione paritetica, che vede un esperto dell'associazione e un esperto dell'azienda a difesa degli interessi dell'utente, costosi — in termini di centinaia di milioni di euro — servizi di conciliazione gestiti dalle Auto-

rità che in verità in termini numerici sono molto limitati.

Presidente, questa è un'esposizione di base. Sono a disposizione per eventuali approfondimenti. La ringrazio.

PRESIDENTE. Do la parola ad Alessandro Mostaccio, segretario generale del Movimento consumatori.

ALESSANDRO MOSTACCIO, segretario generale del Movimento consumatori – MC. Buongiorno al presidente, ai colleghi e ai componenti della Commissione. Il Movimento consumatori nasce a Milano nel 1985, anch'esso, come molte altre associazioni, fondato da un gruppo di intellettuali. I professori Ghidini, Onida, Escobar e tanti altri, che decisero di iniziare a organizzare anche il lato della domanda a fronte di un capitalismo in accelerazione negli anni Ottanta con pubblicità, televisione e consumi di massa. Almeno nella concezione dei suoi fondatori, questa associazione avrebbe avuto un taglio un po' particolare, cioè quello di ritenere che tutelando i consumatori – questa brutta parola consumatori che non piace a nessuno e nessuno mai vi si identifica perché sembra un *minus* come fossero figli di un dio minore – si tutelavano e tutelano i diritti di cittadinanza economica nel mercato: quindi garantiamo o vorremmo garantire e aiutare una maggiore inclusione sociale e soprattutto economica. Mai come oggi in realtà questo tema è rilevante. Vedere quindi i diritti dei consumatori come diritti di cittadinanza economica e come diritti civili.

Tra i principali obiettivi, quando leggiamo il nostro statuto, ve ne sono alcuni molto altisonanti, come promuovere la regolamentazione globale dell'economia, obiettivi altissimi, una concezione opposta a quanto successo negli anni Novanta, con una deregolamentazione sempre più forte dell'economia, con dismissione di ogni forma di partecipazione pubblica a favore dei privati, la privatizzazione che abbiamo visto negli anni Novanta appunto. Questo succedeva nell'85, la sede era a Milano. Poi vi fu legge quadro del 1998, trasfusa nel Codice del consumo, e la stagione del grande

riconoscimento pubblico delle associazioni dei consumatori nel 2000, per il tempo che si implementasse la legge del 1998. Iniziarono le prime progettualità e quindi avemmo anche le risorse economiche per portare la sede da Milano a Roma e iniziare quest'avventura.

Principalmente facciamo tre cose: tuteliamo, informiamo e formiamo. Tuteliamo sotto due profili: tutela individuale e tutela collettiva. La tutela individuale avviene principalmente sul territorio. Do qualche dato. Il Movimento consumatori oggi ha la forma di una federazione, sul territorio siamo presenti sia con il nostro marchio « Movimento consumatori » sia col marchio di altre associazioni che non hanno un centro di imputazione nazionale ma riconoscono il Movimento consumatori come propria associazione nazionale. Siamo presenti in tutte le regioni tranne che in Val d'Aosta, Friuli-Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige, ma siamo riconosciuti solo in nove o dieci regioni, perché molte regioni italiane hanno proprie leggi-quadro e quindi un conto è essere presenti in una regione e un conto è avere poi quel riconoscimento. Diamo il servizio di tutela soprattutto sul territorio anche con il nostro servizio di sportello online a livello nazionale, abbiamo circa 118 sportelli in 17 regioni. Questi sportelli fanno tutela individuale stragiudiziale, l'associazione ovviamente non può rappresentare in giudizio nessuno perché non è nelle sue facoltà, solo un libero professionista può rappresentare in giudizio un cittadino. L'obiettivo è quello di risolvere casi senza andare in causa e normalmente ciò succede con un alto tasso di riuscita, nel senso che, a differenza di un libero professionista, che è indifferente al fatto che si chiuda stragiudizialmente o giudizialmente, anzi come libero professionista più un processo va avanti e se il cliente può pagare è ancor meglio, per una associazione di consumatori il principio è proprio l'opposto. Pagando solo una quota di iscrizione di modica entità, 50 o al massimo 60 euro, il nostro obiettivo è chiudere nel tempo più veloce possibile la controversia e con buona soddisfazione di tutti perché l'impostazione è proprio filosoficamente diversa. Come

dicevo la tutela individuale avviene anche con lo sportello on line. Sono circa 50 mila le consulenze all'anno e di queste circa 10 mila diventano pratiche stragiudiziali.

Per quanto riguarda la tutela collettiva, la mia associazione si è specializzata ed è forse una di quelle che più di altre ha utilizzato lo strumento inibitorio. Per la tutela collettiva ci sono infatti due strumenti: la *class action* risarcitoria e lo strumento inibitorio. Non abbiamo mai utilizzato la *class action* anche per timori patrimoniali, per come era congegnata la legge con l'obbligo di pubblicare su più giornali in caso di vittoria dell'udienza filtro, qualora sia ammissibile l'azione. Non l'abbiamo mai utilizzata, l'abbiamo sempre reputata molto pericolosa e abbiamo sempre pensato di non avere le spalle abbastanza larghe per utilizzarla. So che alcuni colleghi l'hanno utilizzata anche con successo. Lo strumento principe della nostra azione è l'inibitoria, che però non significa aver bisogno dell'interessato che firmi un mandato per rappresentarla. Si tratta infatti dell'unica azione che possiamo fare come Movimento consumatori e quindi il legale rappresentante dell'associazione firma un mandato alle liti a un avvocato che serve per impugnare e chiedere a un giudice — normalmente usavamo gli strumenti cautelari di urgenza — di bloccare o l'utilizzo di una clausola vessatoria — di norma l'abbiamo usata in ambito bancario e finanziario — oppure di bloccare una pratica commerciale scorretta. Lo strumento inibitorio è molto efficace secondo noi e ha dato forti messaggi politici alle aziende. Ricordo principalmente due campagne avvenute negli ultimi due anni che hanno interessato gran parte del mondo bancario e finanziario, gran parte vuol dire che abbiamo portato in giudizio i venti istituti di credito più grossi del Paese, senza perdere, perché non ci possiamo permettere di perdere e pagare i collegi difensivi di quattro o cinque professori universitari, magari quelli sui cui testi abbiamo studiato noi dai ragazzi e che lavorano ovviamente per chi i soldi ce li ha, quindi banche, assicurazioni e finanziarie.

Penso alla grande campagna sulla cessione del quinto dello stipendio e su chi non ha altri strumenti per accedere al credito dando la propria busta paga o la propria pensione con tutta una serie di problemi per come questa povera gente viene presa in braccio dal sistema, soprattutto delle finanziarie più che dalle banche. C'è poi tutto il discorso sull'anatocismo, ed è stata talmente forte la nostra campagna giudiziaria che poi il Parlamento ha reagito e ha inserito dei correttivi nella norma originaria.

Per quanto riguarda l'informazione, usiamo gli strumenti digitali e cartacei, qualche numero ce l'ho. Un lavoro mai finito perché si fa presto a dire digitale — vedo Massimiliano Dona di fianco a me — continuiamo a sperimentare e cambiare con i *digital strategist*, ma è un lavoro mai finito, delle nostre *performance* non siamo soddisfatti, però stiamo crescendo e ci stiamo impegnando a fondo.

Per quanto riguarda la formazione, i progetti più belli che facciamo a livello educativo e culturale sono quelli che normalmente facciamo con il ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, come APS, come associazione di promozione sociale. Partecipiamo a veri bandi, molto competitivi, dove non è che si vinca sempre, non come i bandi del CNCU dove ci sono soldi delle multe Antitrust in cui la regola è sempre stata che nessuno doveva essere escluso. Dei veri bandi dove partecipano la Croce Rossa, le ACLI, l'ARCI, e normalmente li utilizziamo per fare progetti con le scuole, di educazione al consumo critico. Sono molto belli e abbiamo coinvolto migliaia di ragazzi anche con mostre virtuali e giochi di ruolo. All'ultimo « *We like, we share, we change* » hanno partecipato più di 6 mila ragazzini con degli animatori. Hanno ripercorso la vita di alcuni prodotti chiave di consumo, come il cellulare e il pomodoro, per risalire al contrario la filiera produttiva e vedere quali possano essere i rischi e le distorsioni.

Movimento consumatori non agisce da solo. Dalla sua fondazione ha aderito alla Federazione dell'ARCI. Con ARCI ovviamente siamo buoni amici ma siamo molto

indipendenti, nel senso che i nostri organismi dirigenti ce li scegliamo da soli. Abbiamo scelto anche dei compagni di strada. Movimento consumatori è socio di «*Fair trade Italia*», detentore del marchio del commercio equo. Adesso è un'impresa sociale, è un'esperienza validissima del commercio equosolidale, cresce a due cifre. Next, nuova economia per tutti, ASIS, l'agenzia sullo sviluppo sostenibile, la Campagna internazionale per la qualità e per la trasparenza delle filiere produttive del tessile. Facciamo parte anche del Forum nazionale del Terzo settore, in cui ci riconosciamo come ente no-profit.

Purtroppo siamo sottoposti a diverse discipline, non sempre congruenti. Quella del MISE, che ha una sua storia che nasce nel 1998, quella del ministero del Lavoro e delle Politiche sociali con il codice del Terzo settore, adesso anche quella del ministero della Giustizia per la nuova *class action*.

Il Movimento consumatori si è impegnato molto anche nel CNCU. Non c'è corrispondenza tra essere iscritti all'articolo 137, come associazione maggiormente rappresentativa e far parte del CNCU. Si potrebbe essere iscritti secondo l'articolo 137 ma non far parte del CNCU. Ci siamo impegnati moltissimo, è stato molto defaticante. Ci stiamo chiedendo se oggi a distanza di così tanto tempo questo Consiglio non debba essere davvero rinnovato dalle fondamenta perché tutta la politica dei consumatori è tutto Mercato unico europeo, quindi per il 95 per cento è di derivazione comunitaria. Il CNCU non è strutturato per fare da filtro e portare un reale contributo né in fase ascendente né in fase discendente. Il Ministero dello Sviluppo economico è sì strutturato in divisioni, ma il CNCU e le divisioni del Ministero insieme non sono strutturati per rispondere a questa enorme domanda. Con l'ultima Commissione europea della presidente von der Leyen c'è stata un'escalation di produttività normativa e quindi bisognerebbe proprio creare un centro italiano di consumo europeo, partecipato pubblico e privato, e, anziché mettere tanti soldi su progettini che iniziano e chiudono – tiri su e giù la saracinesca – occorrerebbe dotarsi invece

di un investimento di un fondo pluriennale per trarre il meglio delle associazioni di consumatori con le loro specificità e la loro professionalità, materia per materia, e creare una struttura pubblica o privata forte che riesca a interloquire davvero con adeguato livello con le istituzioni europee. Le dico che anche la Commissione europea riscontra una qualche mancanza di interlocuzione nel nostro Paese per quel che riguarda le politiche dei consumatori. Si potrebbe fare un salto di qualità.

In questo momento rappresento tutte le associazioni del CNCU nel Comitato economico sociale europeo, succedendo al dottor Longo, però abbiamo un *vulnus* da recuperare. Potremmo incidere molto di più sulla maggior parte delle normative. Mi scuso se ho preso troppo tempo.

PRESIDENTE. In forza dell'incarico europeo le è stato concesso un bonus. Do la parola a Denis Nesci dell'Unione difesa consumatori.

DENIS NESCI, presidente della Unione per la difesa dei consumatori – U.Di.Con. Grazie a lei, presidente, a tutti i componenti della Commissione e ai colleghi seduti accanto a me. U.Di.Con è l'ultima associazione in ordine temporale a essere nata ed essere iscritta nel CNCU. Siamo nati nel 2008 e abbiamo dunque 14 anni di vita. Abbiamo lavorato per estendere la nostra presenza sul territorio dando un servizio qualitativamente valido agli utenti che si rivolgono a noi e lo abbiamo fatto per lo più con la costituzione di sportelli fisici. Contestualmente alla nostra nascita, ci siamo iscritti al CRCU, il consiglio regionale dei consumatori e degli utenti del Lazio. Nel 2010 siamo stati riconosciuti nella prima classe dell'Albo nazionale degli enti del Servizio civile. Nel 2011 abbiamo ottenuto il riconoscimento in Sicilia e in Calabria. Abbiamo dato vita a questa rivista «U.Di.Con. News», il nostro giornale che ci accompagna dal 2011. Nel 2012 abbiamo ottenuto il riconoscimento in Emilia e in Lombardia. Nel 2015 siamo stati iscritti nel CNCU. Nel 2016 abbiamo ottenuto il riconoscimento di Campania, Marche e Puglia.

Siamo stati riconosciuti come associazione di promozione sociale (APS) nel 2018 quando abbiamo anche ottenuto il riconoscimento della regione Abruzzo. Sempre in quell'anno abbiamo creato un fumetto con una mascotte per la tutela dei consumatori giovani. Il fumetto tratta temi specifici rivolti soprattutto ai piccoli consumatori. C'è stata la trasformazione del Servizio civile e siamo stati inseriti nel Servizio civile universale. Nel 2019 abbiamo ottenuto il riconoscimento della regione Piemonte e abbiamo vinto il « Premio antitrust » fino ad arrivare all'altro giorno in cui abbiamo vinto un progetto europeo in partenariato con il Centro nazionale di ricerca. Questa è in linea di massima la nostra attività in quattordici anni di vita.

Allo stato attuale abbiamo 90 dipendenti di cui 55 donne e 35 uomini. Il personale dipendente è unico all'interno della struttura nazionale, nel senso che assume la sede nazionale per tutto il territorio. Abbiamo quindi una percentuale del 61% di donne e del 39% di uomini. Al 2021 sul territorio abbiamo 617 sedi di cui circa 250 sono riconosciute dalla Presidenza del Consiglio dei ministri perché facciamo Servizio civile all'interno delle nostre sedi, abbiamo 17 sedi regionali e 57 sedi provinciali. Nell'ultimo periodo, nonostante le grandi difficoltà legate all'emergenza COVID-19, abbiamo attivato 62 sportelli in più. Abbiamo fasce di tesseramento che oscillano dai 3 ai 60 euro di quota annuale. Per il 2021 abbiamo depositato al CNCU, ai fini della domanda di iscrizione all'albo, 95.027 iscritti per un totale di quote associative pagate dagli iscritti pari 1.272.284 euro. Abbiamo già trasmesso i relativi dati alla Commissione, comprese le slide. Al Nord abbiamo il 46% degli iscritti, il 13% sono al Centro e il 41% al Sud. Abbiamo fatto progetti di servizio civile cui hanno partecipato 366 soggetti e allo stato attuale 128 ragazzi svolgono il Servizio civile e 110 hanno terminato, qualche settimana fa, nel mese di maggio, la relativa formazione. Come attività di promozione sociale abbiamo predisposto 6 progetti che variano dalla dipendenza all'attenzione all'ambiente e al futuro digitale. Proprio in

relazione a questo aspetto e alla sua particolare diffusione durante la pandemia, abbiamo realizzato questo opuscolo che abbiamo trasmesso presso le nostre sedi per poter dare un'opportunità di spiegazione più semplice, soprattutto per coloro che hanno meno dimestichezza con i nuovi strumenti, come l'utilizzo dello SPID, o della carta d'identità elettronica. La nostra associazione consumatori tecnicamente rilascia lo SPID, cioè la persona che viene da noi può ricevere direttamente lo SPID attraverso un servizio che abbiamo attivato noi, senza dover andare presso l'ufficio postale o altre strutture.

Abbiamo prestato molta attenzione al sociale, soprattutto per alcuni temi che costituiscono per noi altrettante battaglie da quando siamo nati. Mi riferisco alla ludopatia, al bullismo e cyber bullismo, e alla sicurezza stradale. Su questi argomenti abbiamo avuto anche il riconoscimento della Presidenza della Repubblica con medaglie per i vari anni in cui abbiamo fatto anche convegnistica dal vivo. Ormai siamo fermi da due anni, ma li facciamo in maniera digitale, speriamo di ricominciare subito, perché eravamo abituati ad andare nelle scuole anche attraverso l'aiuto del nostro supereroe, Capitan U.Di.Con., la mascotte che gira all'interno delle scuole per sensibilizzare su temi a cui riteniamo debba essere prestata maggiore attenzione. In questo periodo stiamo svolgendo un progetto SOS mare. Attraverso i nostri volontari e il personale dipendente andiamo a fare la pulizia delle spiagge in molte aree del territorio italiano. Abbiamo 4 progetti con il ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, per lo più in partenariato con l'Unione nazionale consumatori con cui svolgiamo tali progetti in cordata. Abbiamo 3 progetti per quanto riguarda il ministero dello Sviluppo economico, quindi con i fondi di cui parlava il collega Mostaccio, nonché un progetto con ARERA. Allo stato attuale abbiamo in archivio 93 mila pratiche, comprese le richieste di informazioni, che stiamo gestendo. Il nostro giornale ha una tiratura di 18 mila copie che stampiamo e trasmettiamo, e il nostro fumetto

ha una tiratura di 10 mila copie, che vengono destinate al territorio.

Partiremo da settembre con una nuova iniziativa soprattutto per le famiglie in difficoltà. Faremo omaggio a circa 2500 famiglie di un kit scolastico, con diario, astuccio, piccole cose di per sé, ma si tratta di un gesto soprattutto per le famiglie che non hanno grosse possibilità, soprattutto in relazione al periodo che stiamo vivendo.

Concludo solo chiedendole, presidente, di valutare, come hanno già detto i colleghi e come sicuramente diranno anche Alessia e Massimiliano, il fatto che l'importanza delle associazioni dei consumatori in quest'ultimo periodo è stata tenuta un po' ai margini. Pensiamo di essere un importante tassello all'interno del panorama, soprattutto sociale, in cui versa il Paese, e pur avendo all'interno delle associazioni grandi professionalità su temi particolarmente difficili, come il caro energia, il caro bollette, non siamo mai stati, o pochissime volte, chiamati in causa nonostante l'impatto finale di tutto quello che sta succedendo ricada su utenti e consumatori. L'augurio, e spero che lei lo faccia, è quello che attraverso anche questa Commissione, si possa sensibilizzare il Governo e anche il nostro Ministero di riferimento, affinché si dia centralità al ruolo del CNCU e delle associazioni.

PRESIDENTE. La parola a Massimiliano Dona, presidente della Unione nazionale consumatori.

MASSIMILIANO DONA, presidente della Unione nazionale consumatori – UNC. Buon giorno presidente e onorevoli componenti della Commissione. Non è mai facile raccontare sé stessi e noi come organizzazioni dei consumatori preferiamo di gran lunga interagire con le persone, dare risposte e attivarci nell'interesse comune, ma è chiaro che in questo caso prevale il nostro dovere istituzionale di rispondere alla convocazione che abbiamo ricevuto dalla Commissione parlamentare e quindi di riferire sul tema oggetto di questa audizione che è per l'appunto una relazione sull'attività svolta dall'Unione nazionale consumatori. Tutta-

via, per evitare di essere autoreferenziali, abbiamo deciso in questa sede di raccontare la nostra organizzazione attraverso le persone. Del resto, le persone sono nel nostro nome. « Unione » rappresenta proprio la forza del gruppo e accompagnano la nostra storia, come vi dirò, ma sono anche nel dettato normativo. Noi siamo definiti associazioni di consumatori, il che vuol dire gruppo di consumatori. In latino diremmo « *nomen omen* » e anche uno dei criteri principali stabiliti dalla legge per il riconoscimento delle associazioni è quello della rappresentatività, per cui in questo senso saranno proprio le persone il filo conduttore di questo mio racconto. Naturalmente, non mancherò di fornirvi dei dati verificabili. Anzi, ho appena trasmesso alla Segreteria della Commissione un appunto fatto tutto di numeri, in modo che possano accompagnare la mia esposizione.

Come è noto, l'Unione nazionale consumatori nasce negli anni cinquanta, per la precisione nel 1955, quindi siamo il capostipite del movimento consumeristico italiano, ad opera, ancora una volta, di un gruppo di persone, ispirate dalla visione di Vincenzo Dona. Queste persone furono dei veri precursori, se pensiamo che le Comunità economiche europee sarebbero state fondate soltanto a qualche anno di distanza, nel 1957. Per quasi vent'anni siamo stati l'unica associazione di consumatori in Italia, e questo è il motivo per cui molte leggi, tuttora vigenti, si iscrivono all'opera dell'Unione nazionale consumatori. Pensate che in qualche caso alcune di queste normative, tuttora vigenti, nel designare un rappresentante a un tavolo istituzionale, non hanno detto un rappresentante dei consumatori ma un rappresentante dell'Unione nazionale consumatori, proprio perché all'epoca esisteva soltanto la nostra associazione. La nostra storia è densa di riconoscimenti, non solo nazionali ma anche a livello europeo. Non tutti sanno che fummo chiamati, all'inizio degli anni Settanta, a fondare la prima associazione-ombrello a livello europeo, il BEUC. L'Unione nazionale consumatori, insieme ad altre cinque associazioni nazionali, le poche che esistevano a quell'epoca, fu per

l'appunto tra i fondatori di questa associazione-ombrello.

Siamo stati insigniti di molti riconoscimenti, cito soltanto il Premio per la cultura rilasciato dalla Presidenza del Consiglio dei ministri nel 1990. Mio padre, per la sua opera a favore dei consumatori, fu insignito dell'onorificenza di commendatore al merito dell'ordine del Presidente della Repubblica e Ralph Nader, il fondatore del movimento consumeristico statunitense, all'indomani della scomparsa del nostro fondatore, l'omaggiò con la sua presenza a Roma, e noi tutti ricordiamo che era il 2006. Fummo anche i primi, e tra i pochi, a ottenere una sentenza vittoriosa utilizzando lo strumentario farraginoso delle azioni di classe. Nel 2013, il tribunale di Napoli riconobbe per la prima volta a una nostra azione un provvedimento di condanna nei confronti della controparte. Siamo stati la prima associazione a vincere il Premio antitrust nell'anno della sua istituzione, il 2018. Solo per venire all'attualità, recentemente ho avuto notizia che il Corriere della Sera ci ha insignito di un riconoscimento come *best customer care* nell'ambito di una rassegna che il giornale fa con un importante ente di statistica che si chiama « Statista », che ha riconosciuto l'opera della nostra associazione in termini di *customer care*. Ancora una volta tornano le persone ad affacciarsi nella nostra storia. Oggi sediamo ovviamente nel CNCU presso il Ministero dello Sviluppo economico, ma siamo anche molto orgogliosi della nostra rappresentanza nel CNU, ente rappresentativo degli utenti presso l'AGCOM. Il sottoscritto per nove anni — sei da titolare e tre da supplente — ha inoltre rappresentato i consumatori italiani a Bruxelles. Per nomina governativa, sedevo in rappresentanza di tutti i consumatori italiani nel Gruppo consultivo europeo. Sono stato sei anni il titolare di questo prestigioso incarico. Inoltre, l'Unione nazionale consumatori è riconosciuta da *Consumer's International*, la più importante associazione mondiale di consumatori.

Torno alle persone, perché i riconoscimenti istituzionali sarebbero poca cosa se restassero da soli e non fossero corroborati

dall'approvazione delle persone. Per questo, presidente e onorevoli componenti della Commissione, nel mio appunto trovate alcuni *screenshot* tratti dalle principali piattaforme di recensioni, perché l'Unione nazionale consumatori è prima tra le associazioni nel *rating* di queste importanti piattaforme — parlo di Google e di Trustpilot, le due più importanti piattaforme riconosciute, con un punteggio che raddoppia i secondi in classifica. Ho anche aggiunto, nell'appunto che le ho mandato, la trascrizione delle ultime recensioni ricevute in ordine di tempo in modo che possiate leggere ancora una volta dalla viva voce delle persone quello che dicono di noi con un aggiornamento fatto praticamente ad oggi.

Tornando all'appunto che vi ho fatto avere, parlando dei soci, sono persone anche loro e per noi di strategica importanza nella nostra attività. Come vedete, secondo i dati prodotti al Ministero dello Sviluppo economico, i nostri soci attualmente sono oltre 58 mila. Accanto a questi, e dal nostro punto di vista hanno una valenza almeno pari, ci sono oltre 200 mila iscritti al nostro sito. Sono persone che non pagano quota di iscrizione e che naturalmente non produciamo negli elenchi al Ministero dello Sviluppo economico, ma sono persone interessate — li diremmo oggi come il nostro pubblico, la nostra *community* di riferimento — a seguire le notizie e gli aggiornamenti dati dal nostro sito. Sempre nell'appunto, alla voce « soci », vi indico quali sono le quote di iscrizione che noi praticiamo, perché la nostra attenzione alle persone non deve mai tradursi in paternalismo. Per assistere seriamente le persone è necessario mettere in campo attività, risorse, persone. Abbiamo attualmente tre quote di iscrizione, la prima da 55 euro, la seconda da 105, la terza da 305 euro. Questa ultima la chiamiamo *business* perché, come lei ben sa, presidente, essendo un amante del diritto dei consumatori, anche le piccole e medie imprese possono essere oggetto dell'assistenza delle associazioni nella misura in cui abbiano problematiche da portare in conciliazione o per le pratiche commerciali scorrette. Questa è

dunque una quota che riserviamo a soggetti, aziende, piccole aziende, ma anche condomini, che possono aderire con una somma più consistente. Nell'appunto preciso anche che c'è una quota in deroga, di 2 euro, che viene decisa dal nostro consiglio direttivo per specifiche, motivate e circostanziate esigenze dei territori. Una quota che non pratichiamo a livello nazionale, ma a livello delle nostre sedi locali. Con l'occasione le dico, ma è scritto nell'appunto, che sono 147 le nostre sedi locali, per lo più gestite in modo volontaristico. È quindi possibile che ci richiedano di contenere l'importo richiesto per diventare soci dalle quote ordinarie che, le ho detto, sono per le persone di 55-105 euro a importi inferiori, ma mai meno di 2 euro, e comunque è una deroga temporanea.

Circa le modalità di iscrizione, ne andiamo molto orgogliosi avendo fatto una battaglia per il POS, già da molti anni nelle nostre sedi principali è disponibile per l'iscrizione il pagamento con il POS. Circa il tracciamento dei versamenti, la maggior parte dei soci che denunciavamo al Ministero hanno pagato con Paypal o con carta di credito, quindi non c'è dubbio sul fatto che questi versamenti siano stati realmente realizzati. In quella stessa pagina, per dare un'occhiata a quanto le persone ancora una volta incidano sul nostro bilancio, vi ho prodotto uno schema dal quale risulta, dividendo in tre grandi gambe le fonti di finanziamento dell'associazione, che quella proveniente dalle persone, quindi i soci più conciliazioni, è la quota maggioritaria. L'Unione nazionale consumatori si alimenta per la maggior parte di quote versate dalle persone che hanno bisogno di aiuto e che quindi si iscrivono alla nostra realtà.

Sempre nell'appunto che ho prodotto, vi racconto in estrema sintesi l'articolazione. Ci tengo a sottolineare che l'abbiamo definita come interna ed esterna, perché sicuramente l'articolazione territoriale ha una sua valenza, ma siamo anche molto lieti della relazione con i nostri *stakeholders* interni, quindi con le persone che lavorano con noi. Al 31 dicembre dello scorso anno – parlo della sede romana perché le sedi locali sono gestite come vi dicevo volonta-

risticamente con autonomia statutaria e patrimoniale – nella sede romana abbiamo 22 unità, tutte vincolate da un contratto a tempo indeterminato. Queste 22 persone sono per la maggior parte donne – 19 donne e 3 uomini. Le aggiungo, non l'ho inserito nell'appunto, ma anche questa è una riflessione importante, nel nostro consiglio direttivo che naturalmente assorbe figure anche al di là della nostra realtà romana, il rapporto uomini-donne è di circa il 50 per cento. L'età media dei nostri dipendenti è di 42 anni. Consideri che abbiamo persone che hanno oltre trent'anni di anzianità di servizio per cui ci sono anche moltissimi giovani.

Torno alla reputazione che la nostra organizzazione ha presso le persone. Vi ho già detto, lo trovate nell'appunto, con queste immagini tratte dal web, del rating reputazionale date dalle piattaforme e anche una classifica delle cinque associazioni che abbiamo trovato disponibili su queste piattaforme e quindi non mi trattengo ulteriormente su questo.

Passo all'ascolto che abbiamo dai mezzi di informazione, perché anche questo è un parametro essenziale per valutare l'efficacia di una organizzazione dei consumatori. Nell'appunto trovate due tabelle che è interessante esaminare, perché nella prima, fonte VoloPress, quindi fonti ufficiali, trovate una classifica assoluta delle prime cinque associazioni più presenti sui mezzi di informazione, e qui parlo di agenzie di stampa, media tradizionali, quindi cartacei, e blog, non parliamo di sconosciuti siti internet. Trovate la nostra organizzazione al secondo posto per visibilità complessiva. Unisco una seconda classifica dove la visibilità invece risulta soltanto sui temi consumeristici, perché è evidente che alcune associazioni commentano temi che non sono soltanto di stampo consumeristico. Ebbene, in questa seconda classifica l'Unione nazionale consumatori è prima tra le più visibili nei media tradizionali.

Spendo soltanto una parola per dire che ancor meglio facciamo in termini di visibilità sui mezzi radiotelevisivi e non soltanto con la presenza del sottoscritto, ma anche dei nostri esperti tematici, perché

abbiamo cercato di spiegare con successo agli autori televisivi che è bene che su tematiche verticali come l'energia e la telefonia, parlino i nostri esperti piuttosto che il presidente. A mia volta sono titolare di alcune rubriche fisse in radio e in televisione. Sui *social media* la nostra presenza vede oltre 400 mila *follower* tra quelli dell'associazione e quelli del presidente. Ci tengo a precisare che né per quanto riguarda la visibilità mediatica — e parlo di media tradizionali, cioè quelle due classifiche che vi ho prodotto — tantomeno per la visibilità social ci siamo mai sognati di pagare un'agenzia di stampa perché riprendesse i nostri contenuti e attivare degli abbonamenti, di quelli che sono anche molto diffusi, e nemmeno di fare *advertising* sui social per aumentare i fondi, per cui come si dice nel gergo si tratta di *follower* tutti organici.

Concludo accennando a una nostra iniziativa recentissima della quale siamo molto orgogliosi ed è la nostra prima iniziativa nel campo benefico. Abbiamo lanciato una piattaforma su una piattaforma di *fundraising* che si chiama «La rete del dono», conosciutissima, forse la più importante piattaforma di *fundraising* in Italia e abbiamo chiamato ancora una volta le persone ad attivarsi a beneficio di altri consumatori, cioè a costituire un fondo facendo un versamento libero, una sorta di quota d'iscrizione sospesa, se vogliamo riferirci al caffè che si usa in alcune regioni d'Italia, perché chi può e chi vuole essere riconoscente nei nostri confronti doni degli importi che poi utilizzeremo per tutelare persone che invece — pensiamo ai fragili dal punto di vista energetico — non avrebbero le risorse per farlo. L'iniziativa si chiama «Dona tutela». Dall'inizio dell'anno, e lei può immaginare con quali difficoltà, vista l'emergenza Ucraina, — quindi non abbiamo spinto questa iniziativa perché non ci sembrava il caso di farlo — abbiamo raccolto oltre 20 mila euro. Ciò vuol dire che ci sono persone che hanno versato questi importi a beneficio di altre persone.

Arrivo alle conclusioni, in attesa di vostre eventuali domande, dicendo che ovvia-

mente moltissimo rimane ancora da fare e non sempre la legislazione riesce a seguire le emergenze e lo sviluppo della tecnologia. Il legislatore italiano però può fare molto. C'è questo luogo comune per cui si attende che l'Europa legiferi sui diritti dei consumatori, invece il legislatore italiano può fare molto. Purtroppo proprio quando il legislatore italiano è stato chiamato ad attivarsi siamo testimoni di ritardi veramente epocali. Cito soltanto due storie: i dieci anni che abbiamo dovuto attendere per avere le sanzioni sull'obbligo del POS. L'obbligo del POS risale a dieci anni fa, le sanzioni sono arrivate pochi giorni fa. Poi, i quattro anni che stiamo attendendo e che forse vedranno la fine di questa lunga attesa alla fine di luglio per la riforma del Registro delle opposizioni e fermare il delirio delle chiamate dei call center. Forse anche per questo il legislatore ha pensato di istituire una Commissione parlamentare d'inchiesta, non solo per il riordino necessario del quadro delle associazioni dei consumatori, oggi estremamente polverizzato, ma anche per quel che riguarda le nuove sfide. Tra i compiti istituzionali che il legislatore ha iscritto al vostro ordine del giorno, c'è la sgrammatura dei prodotti, riporzionamento o *shrinkflation*, se vogliamo chiamarla così. Allora, quasi a simbolico promemoria di questa attività, vi lascio un estratto delle fotografie che quotidianamente riceviamo sui *social media* di prodotti sgrammati. Questa è soltanto una sintesi delle centinaia di fotografie che riceviamo dai consumatori. È necessario intervenire urgentemente su questa pratica che sta erodendo il potere di acquisto dei consumatori, lo si sta facendo nel modo peggiore, cioè in modo opaco, non trasparente. Buona lettura. Vi faremo avere naturalmente anche il file, più agevole da attivare. Vi dico soltanto che su questo ci siamo già attivati in Antitrust depositando più di una segnalazione, perché davvero si tratta di una pratica che non possiamo tollerare oltre. Grazie.

PRESIDENTE. Abbiamo già ascoltato l'Autorità antitrust su questo punto. Do la parola ad Alessia Stabile di Utenti Radio Tv, ultimo intervento previsto per oggi.

ALESSIA STABILE, *presidente di Utenti Radio TV*. Grazie presidente, sarò breve. Ringrazio la Commissione. Utenti Tv nasce nel 2002 come associazione senza scopo di lucro, al fine di perseguire finalità di solidarietà sociale e di tutela di diritti civili dell'utenza. Siamo una delle ultime entrate nel CNCU. Siamo stati la diciannovesima associazione a entrare nel CNCU, nel 2013, quindi abbiamo sicuramente meno esperienza nei confronti di tutti gli altri colleghi che hanno parlato finora. Utenti TV ha la finalità di tutelare, noi ci fregiamo di dire, con ogni mezzo legittimo, in particolare con lo strumento giudiziario, la promozione di iniziative giuridiche per la salvaguardia dei diritti e degli interessi degli utenti della programmazione radiofonica, televisiva e on line, pubblica e privata. Opera per valorizzare il ruolo dei cittadini quali soggetti partecipi dei processi comunicativi e dopo le dirò anche perché. La responsabilizzazione dell'utenza è un canone per noi importante. Soltanto con la responsabilizzazione, la formazione e l'istruzione dell'utenza si possono avere miglioramenti e risoluzioni di problematiche che ora purtroppo sono molto gravi e molto serie. Siamo anche una associazione del Terzo settore che quindi tutela i diritti riconosciuti e garantiti dall'articolo 2 del decreto legislativo n. 206 del 2005, nonché il diritto all'assistenza, alla protezione dell'ambiente, del territorio e del patrimonio artistico e culturale. L'associazione tutela il diritto all'assistenza e segnatamente l'accesso all'offerta televisiva alle persone con ridotta capacità sensoriale e con disabilità. Abbiamo fatto una grande battaglia negli anni, in particolar modo con la RAI, la televisione di Stato, al fine di rendere sempre più efficienti, importanti e particolari le sottotitolazioni dei programmi, proprio nel rispetto di persone che hanno un handicap così grave. Spesso la televisione è l'unico mezzo che hanno per avere un occhio verso l'esterno e allora la sottotitolazione compita dei programmi diventa importante. L'associazione tutela il diritto alla trasparenza dei mezzi di informazione per una informazione pluralistica, obiettiva e imparziale – siamo un'associazione apoli-

tica e apartitica – tutela i minori, la parità di accesso ai mezzi di informazione, promuovendo tra l'altro e compatibilmente con le nostre finalità statutarie, il rafforzamento del pluralismo informativo attraverso i canali tematici dedicati all'informazione e all'approfondimento di fatti e notizie. Portiamo avanti da tanti anni studi, iniziative giuridiche e attività di informazione dell'opinione pubblica tesi alla salvaguardia e all'attuazione dei diritti e degli interessi degli utenti della programmazione radiofonica e televisiva pubblica e privata. L'associazione svolge iniziative di intervento sia presso l'opinione pubblica sia presso gli organi istituzionali al fine di garantire il pluralismo, l'obiettività, la completezza e l'imparzialità dell'informazione televisiva, e funge anche da organo di sorveglianza sul mezzo radiotelevisivo, svolgendo ad esempio un'azione di controllo su prezzi e tariffe, in particolare vigila sulla corretta determinazione del prezzo del canone di abbonamento radiotelevisivo. Svolge un'attività di monitoraggio sulla qualità dei servizi e dei prodotti mediante una comparazione degli stessi. Ha attivato un servizio e-mail per gli utenti per segnalare prodotti difettosi, non conformi o carenti delle caratteristiche tecniche necessarie, nonché servizi carenti, inesistenti o inadeguati per potersi poi attivare rivolgendosi alle competenti autorità. Come dicevo, utilizziamo molto lo strumento giudiziario e quindi informiamo costantemente la magistratura su tutto quello che succede.

Nel corso degli anni l'associazione ha intrapreso e consolidato una serie di attività volte alla verifica degli standard di qualità della TV pubblica e privata e monitora, nell'interesse dei minori, la qualità dei prodotti televisivi. Abbiamo istituito nel 2001, e ne siamo molto orgogliosi, il servizio « Proteggiamo l'infanzia » che ha riscosso molto successo ed è stato molto utilizzato dall'utenza, dove attraverso una email dedicata vengono segnalate ad esempio foto e violazioni della privacy ai danni dei minori e dei bambini sul web. Abbiamo un osservatorio permanente sul nostro sito, e anch'esso riscuote molto successo, con numerose segnalazioni dei consumatori in

merito alla programmazione televisiva. Come ho già detto portiamo avanti da tanti anni una battaglia molto importante sulla qualità del servizio sottotitolato e abbiamo un altro osservatorio molto rilevante di aiuto all'utenza sull'e-commerce, che abbiamo provveduto a rafforzare dal 2020. Abbiamo istituito appunto un « *help desk consumatori* » che fornisce assistenza tramite i nostri legali ai cittadini vittime di truffe online, phishing, spamming, pubblicità ingannevole, contratti on line poco chiari. Inoltre, abbiamo istituito un osservatorio permanente sulla qualità dei servizi pubblici che ha anch'esso riscosso grande successo e riceviamo valanghe di segnalazioni, soprattutto per la città di Roma. Presentiamo di conseguenza numerosi esposti, attraverso le competenti autorità, relativi all'inefficienza dei servizi pubblici soprattutto della nostra capitale. Partecipiamo a molti progetti. Come è stato detto in precedenza, e non voglio ripetermi, i progetti pubblici sono una boccata di ossigeno per le nostre associazioni, e forse dovrebbero essere sempre di più, anche perché forniamo rapporti e prestazioni di servizi di alta qualità, sempre nei confronti dell'utenza, quindi per informare e tutelare l'utenza.

La nostra associazione è presente in sei regioni con vari sportelli e quest'anno è prevista l'apertura in altre due regioni (Piemonte e Liguria). L'attività è svolta da volontari, abbiamo un pool di avvocati e commercialisti. Come ho detto, utilizziamo lo strumento giudiziario ma anche lo strumento delle conciliazioni. Abbiamo circa 19 mila conciliazioni pendenti negli ultimi due anni in materia di energia e telefonia, quindi tramite i CORECOM. Siamo molto attivi su questi aspetti. Abbiamo tre dipendenti con contratto di lavoro a tempo indeterminato presso la sede centrale di Roma. Cerchiamo di essere sempre più presenti sul territorio. I progetti sono molto importanti per noi, ci crediamo molto soprattutto per quello che riguarda la tutela dei minori. Infatti abbiamo un progetto, tuttora in piedi, che prevede attività formative rivolte ai ragazzi tra i 10 e i 18 anni, che purtroppo fanno un eccessivo uso del web.

Con la pandemia, sempre per stare vicini e formare l'utenza, abbiamo dovuto rimodellare la nostra struttura e la nostra organizzazione. Abbiamo ora messo on line una serie di modelli di diffide e di reclami per la maggior parte delle problematiche che l'utenza consumeristica ha – bollette di luce e gas, telefonia – dove le persone possono autonomamente presentare ricorsi o reclami scaricando questi modelli senza necessariamente doversi recare fisicamente presso l'associazione. Negli anni è stato abbastanza complicato per noi associazioni dover portare avanti una così grande attività in pieno *lockdown* e quindi abbiamo trovato questo strumento importante per la responsabilizzazione dell'utenza. Per quanto riguarda le problematiche di luce e gas, c'è un decalogo completo che gli utenti possono scaricare per gestire tutti i problemi con le utenze, una guida dettagliata sulla procedura di conciliazione, il modulo di reclamo e il modulo di disdetta, in modo che i consumatori possano operare in autonomia.

Per quanto riguarda il servizio Radio TV e multimedia sul sito vi è una e-mail dedicata per segnalare ad esempio un programma tv o un contenuto multimediale che abbia immagini o linguaggi offensivi, contenuti che non siano a tutela del consumatore o che presentino una pubblicità occulta o ingannevole. Stesso servizio per quanto riguarda il modulo di reclamo per disservizio o cambio operatore per la telefonia e la pay TV. È stato attivato anche un servizio di segnalazioni per utenti vittime di un comportamento scorretto da parte di un'azienda, di un professionista o della pubblica amministrazione, al fine di poter presentare assistenza tramite i nostri legali oppure per avviare un'azione collettiva. Abbiamo altresì un servizio dedicato ai viaggi e turismo. Pensiamo a tutto quello che sta succedendo con cancellazioni dei voli, bagagli smarriti e così via. Altro servizio riguarda l'acquisto di beni via e-commerce, al fine di assistere l'utenza nei casi di acquisti on-line di prodotti difettosi o di articoli diversi da quelli acquistati, il che accade spesso, beni acquistati e mai arrivati, errori di pagamento.

Utenti TV fa parte dal 2016 dell'associazione *Consumer's Forum*, un organismo molto attivo e unico nell'Unione europea, di analisi e studio delle criticità, di formazione di quadri dirigenti nel mondo del consumo e dei servizi pubblici. Dal 2014 Utenti TV fa parte di O.I.C., l'Osservatorio imprese e consumatori che ha lo scopo primario di definire e aggiornare le buone pratiche per migliorare in ogni comparto la collaborazione tra imprese e consumatori. L'Osservatorio ha inoltre il compito di strutturare percorsi formativi, con particolare riferimento al comparto della gestione e della tutela del credito, nonché di proporre ogni strumento utile per riconciliare imprese e consumatori e trovare una linea di equilibrio, questa è la cosa principale, da una parte e dall'altra. O.I.C., del cui direttivo faccio parte, è nato da valori condivisi che sono le fondamenta sulle quali si basa la sua attività.

Un sistema-Paese non può reggere su chi contrae un'obbligazione e non l'adempie. Le leggi devono fornire tutti gli strumenti per costringere i cosiddetti « fur-

betti » a rispettare le regole e gli obblighi assunti. Questo è un po' anche quello che vogliamo riproporre oggi. Dobbiamo sicuramente sollecitare le istituzioni affinché il ruolo delle associazioni dei consumatori venga sempre più premiato perché facciamo un grande lavoro sul territorio e ci spendiamo molto.

PRESIDENTE. Grazie. Non vi sono domande o richieste di chiarimento da parte dei colleghi presenti o collegati da remoto. Le relazioni sono state esaustive, è stata anche consegnata della documentazione aggiuntiva che è nella disponibilità dei commissari, valuteremo se eventualmente allegarla al resoconto della audizione. Anche in vista dell'inizio della seduta dell'Assemblea, ringrazio i rappresentanti delle associazioni intervenute e dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 11.40.

*Licenziato per la stampa
l'8 settembre 2022*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO



18STC0193730